





# KIT DE SENSIBILISATION
# « ZERO RUPTURE MODE D’EMPLOI »

Enjeux, démarche et outils pour lutter contre les ruptures linéaires




# Objectif du kit de sensibilisation

- **Mettre à disposition des industriels et des distributeurs une présentation leur permettant de sensibiliser largement les acteurs en interne et leurs partenaires**
  - Quels sont les enjeux globaux liés à la rupture linéaire ?
  - Quelle démarche adopter et quels outils utiliser pour lutter contre les ruptures en linéaire ?

- **Le kit pourra être présenté / diffusé au sein de chaque entreprise de manière personnalisée**
  - Sur les enjeux, par catégorie ou par enseigne
  - Sur le plan d'action




# Le saviez-vous?

**74 paniers d'achat sont perdus par jour par magasin**

à cause des ruptures en linéaires

**Source: ECR France**




# Le saviez-vous?

**20%** des **ruptures** ne sont toujours pas résolues après **3 jours**

**Source: ECR France - IRI**




# Le saviez-vous?

1 article sur les 17 d'un panier moyen est **absent du linéaire**

**Source: ECR France**







# LES ENJEUX D’IMAGE

## AUPRES DU CONSO-SHOPPER




# Une attente forte des consommateurs pour des produits toujours disponibles en rayon

| Quelles sont les principales attentes que vous auriez concernant ce rayon? | | | |
|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2012 |
| n° 1 | Visibilité prix | Visibilité prix | **Moins de ruptures** |
| n° 2 | Animatrices / conseil / infos | **Moins de ruptures** | Visibilité prix |
| n° 3 | **Moins de ruptures** | Animatrices / conseil / info | Indication promo |

source IRI 2013 : tous rayons du PGC




# Un consommateur insatisfait face à la rupture

*Source 38 000 shoppers (étude IRI 2012)*

**36% reportent leur achat**

**ventes perdues le jour de l'achat dans le magasin concerné**

- 25% achèteront ce produit la fois d'après dans le même magasin
- 11% achèteront dans un autre magasin

**55% substituent**

- 46% autre marque*
- 9% même marque*

**9% abandonnent l'achat**

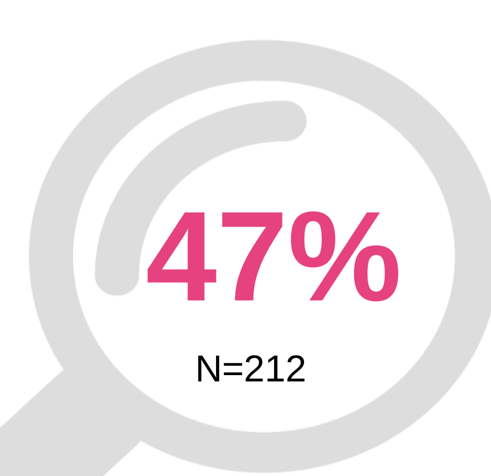
*Base étude Shopper IRI 2010




# Le consommateur du drive est également sensible à la rupture

## Si vous n'aviez pas trouvé ce produit, qu'auriez-vous fait ?

*Source : IRI 2012 , catégorie EAUX*




**De pertes immédiates pour la catégorie lorsque le produit n'est pas trouvé**

(abandon d'achat + report sur une autre catégorie)

*Vs 47% en magasin*







# LES ENJEUX FINANCIERS

## POUR LES INDUSTRIELS ET LES ENSEIGNES




# 74 paniers d'achat perdus en raison des ruptures

## en moyenne par jour et par magasin

**1,66 milliards d'euros**
d'enjeu relatif annuel toutes enseignes

source baromètre ECR-IRI 2013

**près de 2900 € de chiffre d'affaires perdu**
par magasin et par jour



**= 74 clients**
Panier moyen hyper = 39€

source Kantar 2012

**La rupture dé-fidélise**

***« D'autant plus que le même produit peut être à nouveau en rupture lors de la visite suivante du client ! »***









# LES OUTILS COLLABORATIFS ECR

## POUR LUTTER CONTRE LES RUPTURES

*Outils développés par les adhérents d'ECR France destinés à tous les industriels et distributeurs*




# De multiples causes de rupture en linéaire




- **La réduction durable des ruptures en magasin est un projet transversal complexe car il implique de nombreuses fonctions chez les industriels et chez les distributeurs**
- **Les causes de rupture en linéaire sont nombreuses**

Codification homogène des catalogues ?

Anticipation des pics de vente?

Fréquence de réappro des linéaires?

Problème de livraison entrepôt ?

Gestion des références ?

Capacité des linéaires adaptée?

Qualité de la commande magasin ?

Fréquence et moment de réappro du linéaire?

Problème de synchronisation Supply Chain?

Fréquence de réappro des PdV/CdD ?

…

Gestion des stocks entrepôt ?

Prévisions inadaptées au contexte extérieur?




# La démarche ECR de lutte contre les ruptures

**1 Identifier les enjeux**

*Mesurer le taux de rupture*

**2 Identifier les priorités et définir le plan d'action**

*Kit de base*

*Arbre de diagnostic des ruptures*

*Kit « Agir en magasin »*

**3 Mettre en œuvre les actions pertinentes**

*Fiche de relevé des ruptures en magasin*

*Check-list Force de vente*

*Kit « Gestion de pénurie »*

*Partage des données magasin*

Démarche collaborative




# Mesurer le taux de rupture




**Le Baromètre ECR-IRI**

permet de connaître et de comparer le niveau de rupture linéaire de toutes les enseignes, par catégorie, et de quantifier les enjeux associés. C’est le point de départ de la démarche

1ers résultats disponibles en octobre 2013

110 catégories
(y compris 2 en non alimentaire)

Total Hypermarchés

Fortes et faibles rotations
(hors EAN VMH<1)

Ruptures complètes à l’EAN (standard, longues)

Rapport mensuel standard



# Identifier les priorités et définir le plan d'action



**Le « kit de base »**

recense les actions prioritaires à mettre en œuvre dans l'entreprise pour réduire les ruptures linéaires. Il permet de définir le plan d'actions approprié pour chacun

Liste des 6 processus

La liste des difficultés rencontrées sur les 6 processus de la chaine d'appro

La liste des bonnes pratiques prioritaires à mettre en place pour répondre efficacement à chaque difficulté




# Identifier les priorités et définir le plan d'action




**L'arbre de diagnostic des ruptures**

permet de définir précisément les causes de rupture, chez l'industriel et chez le distributeur, à partir d'une analyse fine des processus

Arbre de diagnostic des ruptures

Un schéma standard d'identification des causes de rupture

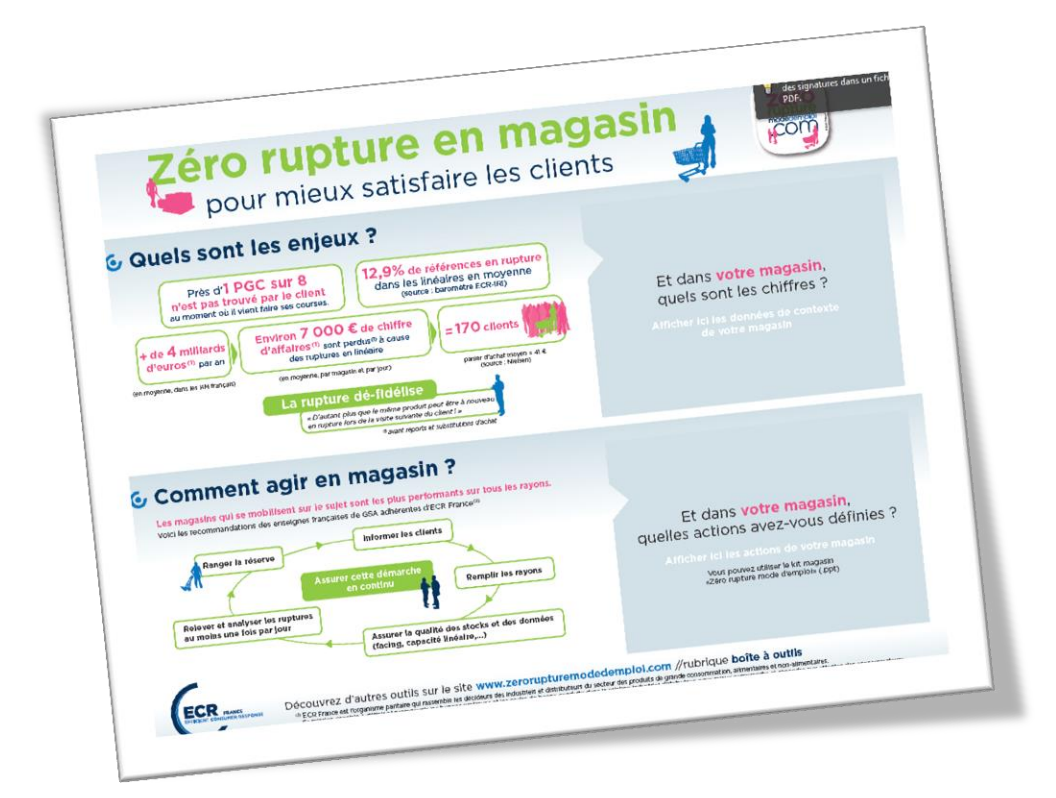
Un outil d'aide à la décision pour définir les actions prioritaires à mettre en œuvre




# Identifier les priorités et définir le plan d'action




**Le kit « Agir en magasin contre les ruptures »**
est un outil destiné aux équipes de management du magasin et aux ELS/managers de rayon pour leurs briefs quotidiens, pour la formation et la communication




Une **affiche** format A1 **à personnaliser** aux couleurs de votre enseigne et à imprimer en magasin

Une présentation standard pour servir de support de communication et de formation




# Mettre en œuvre les actions pertinentes




**La « fiche de relevé des ruptures » et la « check-list force de vente »** servent de support pour un processus de revue périodique conjointe, qui permet de répondre rapidement aux problèmes identifiés

Visite le ___/___/___

*Exemple proposé par les adhérents d'ECR France qu'il convient d'adapter à vos propres structures et organisation*

Visite précédente

Visite du jour

Disponibilité linéaire : xx %
Enjeux : xx €

Principales causes de ruptures
1 - ...
2 - ...
3 - ...

- Promotions
- Contrôle disponibilité
- Validation des quantités à command

Check list "Force de vente" pour réduire les ruptures en linéaires

Lors de la prépation du RDV

Avant le RDV, face au linéaire

Durant le RDV en magasin

Après le RDV

Une fiche standard de relevé des ruptures en magasin

Une check-list des points à aborder lors d'une visite magasin

Un plan d'action conjoint industriel-distributeur, précisant les rôles de chacun




# Mettre en œuvre les actions pertinentes




**Le kit « Gestion de pénurie »**
définit la marche à suivre en cas de pénurie d'un produit chez l'industriel : quelles actions mettre en place pour minimiser les risques de rupture

L'arbre de décision de la gestion de pénurie

Une présentation didactique détaillant les actions à suivre durant chaque phase du déroulé d'une pénurie, pour minimiser les risques de rupture




# Mettre en œuvre les actions pertinentes




**Le partage des données point de vente**

permet à l’industriel d’ agir en amont sur la disponibilité linéaire en ayant accès aux données du magasin : sell-out, stocks, détention, référencement

- Les enjeux, individuels et conjoints, pour chaque acteur
- Les niveaux de collaboration observés
- Le panorama des solutions du marché
- La vision ECR Europe







# POUR ALLER PLUS LOIN…




# Retrouvez tous les outils




**Le site www.zerorupturemodedemploi.com**
est la plateforme sur laquelle vous définirez votre plan d'action personnalisé, et retrouverez l'ensemble des outils disponibles.

L'outil « Vos actions » pour trouver facilement les bonnes pratiques que vous pouvez mettre en place quelque soit votre fonction

La boîte à outils : répertoire des outils téléchargeables

Les dernières news et bonnes pratiques




# Communiquez sur vos réussites




**Les Trophées ECR**

distinguent et mettent en valeur les meilleures mises en œuvre de bonnes pratiques de lutte contre les ruptures linéaires




Les lauréats 2012

Les présentations des dossiers récompensés

Des études inédites

Une source d'inspiration pour se benchmarker




## Consultez les sites et téléchargez les outils




www.zerorupturemodedemploi.com




www.ecr-france.org

## Participez aux travaux du groupe projet



BertrandDenis FERRERO
HervePoulain COCA-COLAEntreprise Jean-MichelBru
UNILEVER MWBrands ITM EvaLayani
YaelBenhamou
CarolineLottiaux LaurentSellam CORA
L'OREAL ZeroRupture DelphineSajdera
LESIEUR CARREFOUR
PhilippeNeveux ElisabethHugot
CASINO ElisabethGravelat NESTLE
AUCHAN ValerieBenedicto
Jean-RemiFrerot

## Participez à la conférence annuelle et aux Trophées




## Contactez ECR France

14 rue Magellan 75008 Paris
01 56 89 89 30
ecr@ecr-france.org